

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Soziale und Individuelle Kontexte des Medienhandelns	7
2.1	Medienaneignung und Sozialisation	10
2.1.1	Soziologische Grundlagen	14
2.1.2	Psychologische Grundlagen	29
2.1.3	Kommunikationswissenschaftliche Grundlagen	37
2.1.4	Identitätsarbeit, Beziehungsmanagement und Orientierung in der Welt mithilfe von Medien	47
2.2	Sozialisierungserfahrungen und Mediennutzung	58
2.2.1	Medienrepertoires und Kommunikationsmodi	59
2.2.2	Mediengenerationen	65
2.3	Zwischenbilanz	70
3	Feine Unterschiede im Medienhandeln	77
3.1	Sozialer Raum, Habitus und Distinktion bei Pierre Bourdieu	78
3.1.1	Zur Relation unterschiedlicher Kapitalien	85
3.1.2	Bildung als soziales (Spiel-)Feld	88
3.2	Der Beitrag Bourdieus zur Erklärung des Medienhandelns	93
3.2.1	Bourdies Ansatz im Kontext kommunikationswissenschaftlicher Diskurse	102
3.2.2	Medienpädagogische Diskurse über den medialen Habitus	107
3.3	Zwischenbilanz	111

4	Theoretische Annäherung an die Begriffe Kompetenz und Performanz	119
4.1	Zur Relation von Kompetenz und Performanz	119
4.1.1	Performanz	121
4.1.2	Kompetenz	129
4.2	Kompetenz und Bildung	142
4.2.1	Kompetenz als Bildungsbegriff	143
4.2.2	Schlüsselqualifikation und Schlüsselkompetenz	148
4.2.3	Kritik der Funktionalisierung und Weiterentwicklung eines pädagogischen Kompetenzbegriffs	155
4.3	Zwischenbilanz	160
5	Kompetenz und Literacy im Umgang mit Medien	173
5.1	Medienkompetenz	174
5.1.1	Theoretische Wurzeln und Definition	176
5.1.2	Aktuelle Diskurse und Versuche einer Operationalisierung	189
5.2	Media Literacy	196
5.2.1	Theoretische Wurzeln und Definition	199
5.2.2	Aktuelle Diskurse und Entwicklungen	233
5.3	Zwischenbilanz	267
6	Resümee: Medienhandeln zwischen Kompetenz und Performanz	279
6.1	Der Mediale Habitus als Erklärung für den Zusammenhang zwischen Medienhandeln und sozialer Umwelt	281
6.2	Der Mehrwert einer Unterscheidung zwischen Kompetenz und Performanz	286
6.3	Die Beiträge von Pierre Bourdieu und Dieter Baacke zur Auseinandersetzung mit Media Literacy	295
7	Empirische Spurensuche	299
7.1	Bildungsunterschiede im Umgang mit Model-Castingshows bei Jugendlichen im Alter von 15 bis 19 Jahren	300
7.2	Methodische Vorgehensweise	301
7.3	Ergebnisse der qualitativen Sekundäranalyse	303
7.4	Schlussfolgerungen für eine weitere Auseinandersetzung mit Medienkompetenz und Medienperformanz	305

8 Medienkompetenz und Medienperformanz im Kontext der Social Web-Nutzung zehn bis 18-Jähriger Kinder und Jugendlicher	309
8.1 Einordnung in den aktuellen Forschungsstand	312
8.1.1 Allgemeine Befunde zur Internetnutzung Heranwachsender im europäischen Vergleich und im deutschen Sprachraum	314
8.1.2 Spezielle Befunde zu Social Network Sites (SNS)	324
8.1.3 Zusammenfassung und Einordnung der eigenen Studie	331
8.2 Methodische Grundlagen und Vorgangsweise	335
8.2.1 Quantitative Untersuchung	338
8.2.2 Qualitative Untersuchung	346
8.3 Allgemeiner Medienumgang und Nutzungsweisen des Internets	363
8.3.1 Allgemeine Nutzungsweisen	366
8.3.2 Produktive Internetnutzung und gesellschaftliche Partizipation	370
8.3.3 Wissen, Selbsteinschätzung und elterliche Kontrolle	373
8.4 Nutzung von Social Network Sites	381
8.4.1 Identitätsmanagement und Selbstpräsentation	383
8.4.2 Beziehungsmanagement	391
8.4.3 Privatsphärenmanagement und Einstellungen zu SNS	394
8.5 Zwischenfazit der quantitativen Erhebung: Besonderheiten und Auffälligkeiten	401
8.5.1 Altersspezifische Unterschiede	402
8.5.2 Unterschiede hinsichtlich des Geschlechts und der formalen Bildung	406
8.6 Medien im Kontext lebensweltlicher Hintergründe aus fallübergreifender Perspektive	410
8.6.1 Allgemeiner Medienumgang und Medienbewertung	413
8.6.2 Medienerziehung	419
8.6.3 Fähigkeiten, Fertigkeiten und individuelle Handlungsstrategien	421

8.7	Typisches Medienhandeln aus Perspektive individueller Handlungsstrategien.	428
8.7.1	Bestimmung von Milieu und lebensweltlicher Orientierung.	428
8.7.2	Medienhandlungstypen.	436
8.7.3	Auffälligkeiten und Besonderheiten.	467
8.7.4	Individuelle Einflussfaktoren prägen das Medienhandeln.	473
9	Bilanz und Schlussfolgerungen.	483
10	Anhang.	495
10.1	Fragebogen: Social Web im Alltag von Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen.	495
10.2	Erhebungsinstrumente der qualitative Teilstudie.	514
10.2.1	Lautes Denken.	514
10.2.2	Interview.	518
10.2.3	Eigenschaften eines Freundes/einer Freundin.	526
10.2.4	Beobachtungsbogen.	526
10.3	Instrumente zur Datenauswertung.	527
10.3.1	Kodewortbaum für Maxqda.	527
10.3.2	Matrix für Einzelfalldarstellungen.	529
10.4	Politaritätsprofile (Einzelfälle).	530
	Literatur.	531